REVISTA CIENTÍFICA TURISMO & CIDADES

Apropriação simbólica e envolvimento comunitário na Animação Turística – o caso de Santarém, Portugal

Symbolic appropriation and community involvement in Tourism Recreation – the case study of Santarém, Portugal

António Sérgio Araújo de Almeida[1]
Jéssica Arsénio Rato[2]
Maria Beatriz Pereira Pinto[3]
Ana Sofia Cordeiro Afonso[4]
Joana Margarida Verdasca Barroso[5]

Resumo: perceber motivações das comunidades locais em torno do seu património para a participação em atividades de Animação Turística, é o objetivo do presente artigo. No pressuposto de um interesse assumido pelos destinos no facto das comunidades participarem em projetos de Animação Turística, reforçando-se assim a transmissão da autenticidade local, importava identificar recursos aglutinadores no presente caso de estudo, Santarém. Para a realização deste estudo, efetuou-se um inquérito junto das comunidades, recorrendo-se a um modelo interpretativo para integrar Fatores Intensificadores da Experiência Turística na presente proposta, justificando assim o cariz operacional dos referidos recursos. As Portas do Sol é o monumento predileto da comunidade o que sublinha o cariz aglutinador dos ícones locais.

Palavras-chave: Ícones. Autenticidade Local. Intensificação Experiencial. Turismo.

Abstract: Understand motivations of local communities around their heritage in order to participate in Tourism Recreation is the objective of this paper. Assuming an interest of destinations in the fact that communities participate in Tourism Recreation projects, thus reinforcing the transmission of local authenticity, it was important to identify unifying resources in the present case study, Santarém. To carry out this study, a survey was carried out among communities, using an interpretative model to integrate Tourist Experience Intensifying Factors into the present proposal, thus justifying the operational nature of the mentioned resources. “Portas do Sol” is the community's favorite monument, which highlights the unifying nature of local icons.

Keywords: Icons. Local Authenticity. Experiential Intensification. Tourism.

1 Introdução

A escolástica internacional assume cada vez mais o Turismo como uma atividade com um enorme potencial para zelar pelo desenvolvimento pessoal dos Turistas e pelo

[1] Doutor em Ciências do Turismo, Professor Coordenador com Agregação na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM) do Instituto Politécnico de Leiria, Portugal. Orcid: https://orcid.org/0000-0002-3758-7656. Email: antonio.s.almeida@ipleiria.ptantonio.s.almeida@ipleiria.pt.
[2] Licenciatura em Turismo - Escola Superior de Turismo e Tecnologioa do Mar - Politécnico de Leiria – Portugal. Email: 4210531@my.ipleiria.pt.
[3] Licenciatura em Turismo - Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar - Politécnico de Leiria, Portugal. Email: 4210503@my.ipleiria.pt.
[4] Licenciatura em Turismo - Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar - Politécnico de Leiria, Portugal. Email: 4210482@my.ipleiria.pt.
[5] Licenciatura em Turismo - Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar - Politécnico de Leiria, Portugal. Email: 4210480@my.ipleiria.pt.

desenvolvimento coletivo das comunidades locais, sendo os recursos locais, incluindo os culturais, um argumento que poderá proporcionar, sob determinadas circunstâncias, uma desejada aproximação entre Turistas e comunidades. A Estratégia de Turismo 2035 é assumida pelo Turismo de Portugal (TP) como um documento estratégico que coloca a Cultura como um recurso incontornável do desenvolvimento turístico português, numa lógica de sustentabilidade.

Consubstanciando um dos Estados mais antigos do mundo, os próprios decisores políticos resgatam a cultura como uma mais-valia que representa Portugal e que marca a sua individualidade perante os outros. Ao reconhecermos a cultura como algo que diferencia o país, conseguimos entender o porquê de ser incontornável sob o ponto de vista turístico.

O consumo cultural como parte integrante da experiência Turística é comummente aceite pelos estudiosos desta área de conhecimento, sublinhando-se o interesse das comunidades nestes contextos no intuito de gerar rendimentos, influenciando significativamente o seu desenvolvimento económico, nivelando flutuações sazonais e criando postos de trabalho.

Por outro lado, o património histórico-cultural promove a elevação cultural da população local, ajudando a estimular o orgulho na própria cultura (Ismagilova, *et al*., 2015). A apropriação dos objetos do património cultural permite, ainda, assegurar, não só, a sua preservação, mas também atrair novos investimentos.

Santarém, originalmente designada de *Scalabis* pelos Romanos, é uma cidade ribatejana que dispõe de um património cultural consentâneo com as suas origens, caracterizado pelas várias épocas históricas que foram marcando esta cidade. Destacam-se aí as suas igrejas góticas e as suas muralhas que acarretam consigo história e estórias. Por reunir um potencial de envolvimento e participação local, importa perceber motivações para o envolvimento comunitário em torno de projetos de Animação Turística que intensifiquem experiências turísticas, por um lado, e emancipem as comunidades locais, por outro.

2 Procedimentos Metodológicos

No presente trabalho pretendia-se apurar motivações para a apropriação turística do património cultural e implicações experienciais e sociais, respetivamente, para a procura e

para a comunidade local. Optou-se por uma abordagem metodológica marcadamente quantitativa uma vez que a principal ferramenta utilizada para a recolha de dados primários foi o inquérito que incorporou uma escala de *Likert* ajustada a questões específicas sobre o caso de estudo. Era intenção dos autores obter opiniões com um grau de precisão adequado ao pretendido no trabalho.

O inquérito foi partilhado junto de residentes de diversos concelhos portugueses. A sua implementação serviu de contributo para uma maior compreensão da viabilidade da apropriação dos monumentos histórico-culturais de Santarém visando uma experiência turística assente nos seus atributos. Obteve-se um total de 142 respostas. Optou-se também pela realização de um estudo de caso, Santarém, regendo-se pela lógica que orienta as etapas recolha, análise e interpretação da informação com a especificidade de que o objetivo da investigação é o estudo intensivo de um ou poucos casos (Osório; Meirinhos, 2010).

Recorreu-se igualmente ao modelo interpretativo de Tarssanen e Kylänen (2005) para integrar Fatores Intensificadores da Experiência Turística na presente proposta, pretendendo-se desta forma corresponder ao cariz operacional dos recursos locais.

Foi também feita uma pesquisa bibliográfica no âmbito da presente temática, recorrendo-se a artigos científicos, dissertações, livros e estatísticas turísticas. O facto de duas autoras serem naturais e residentes no distrito de Santarém, facilitou a integração e interpretação dos dados recolhidos, confirmando-se alguns dos pressupostos assumidos, designadamente no âmbito das motivações e dos valores simbólicos locais mais valorizados.

3 A Animação Turístico-Cultural em Portugal – Casos de Sucesso

Para compreendermos melhor aquilo que é a Animação Turística, e sobretudo a animação turístico-cultural, podemos olhar para o conceito de Bucho (2010), que enaltece em linhas gerais o conjunto de bens e serviços que proporcionam um usufruto experiencial de qualidade assente num consumo cultural vantajoso para os turistas e para as comunidades.

Já Chaves e Mesalles (2001) sustentam genericamente a animação turística como um conjunto de atividades diversas que são oferecidas aos turistas por entidades públicas ou privadas, pagas ou não pagas, com o caráter de reestabelecer o equilíbrio físico e psíquico.

Na verdade, a animação turística prevê a emancipação do turista, proporcionando-lhe a oportunidade de crescimento interior e desenvolvimento pessoal. A animação turística não é uma lógica meramente passiva e contemplativa, mas sim uma lógica participativa que procura integrar o turista através de atividades marcadas pela didática e pedagogia, capazes de transmitir um conjunto de valores que vão ao encontro da emancipação do indivíduo.

Por outro lado, a animação cultural, segundo Torres (2004, p. 40) é "fundamental para o aumento da permanência do turista na localidade visitada, pois gera mais ocupação do tempo livre com atividades de lazer". Para além disso, Torres (2004) defende ainda que a animação cultural pode ser entendida como um conjunto de atividades que procuram estabelecer ligação entre o turista e a cultura de determinada região, fazendo com que o turista se interesse por ela e, consequentemente, tenha um maior entendimento de comportamentos e atitudes diferentes das suas.

Atualmente em Portugal, de acordo com o Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT), existem mais de 11 mil agentes de animação turística. Segundo dados do Turismo de Portugal de 2023, as três atividades mais procuradas a nível da animação turística são: rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património; visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial e, por fim, atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano de percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos.

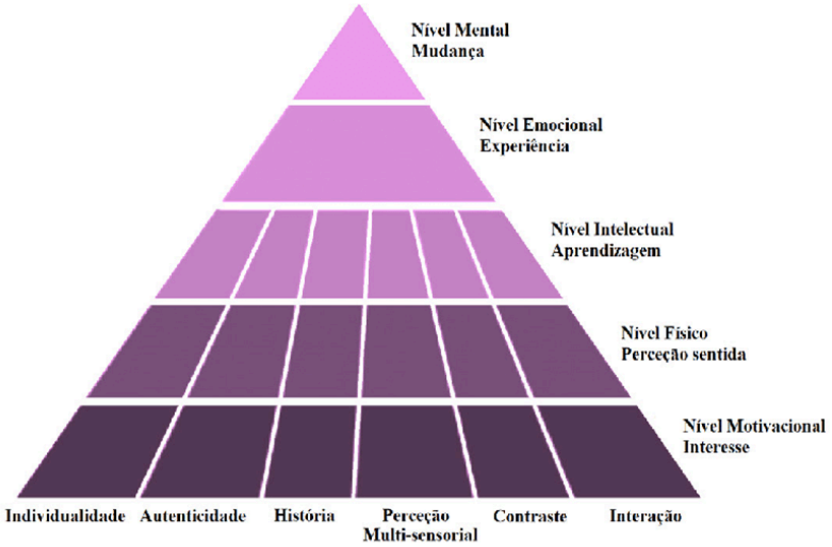
Várias são as empresas de animação turística em Portugal que apostam e investem na cultura e no património como elemento fulcral dos seus projetos e atividades, aproveitando os recursos identitários, por um lado, para assegurar o envolvimento da comunidade, e, por outro, para garantir uma experiência turística diferenciadora. É nesta perspetiva que os gestores de animação turística enfrentam o desafio de incorporar nos seus projetos os Fatores Intensificadores da Experiência Turística (FIET) e que tem vindo a considerar-se estarem patentes na pirâmide de Tarssanen e Kylänen (2005) enquanto atributos experienciais que concorrem no seu conjunto para uma mudança mental do Turista.

Segundo Almeida (2018), este modelo materializa um processo de intensificação da experiência turística que culmina com uma desejada mudança mental do turista, tornando-se oportuno pelo seu potencial de diferenciação do intangível, um dos grandes desafios atuais da atividade turística. O autor resgata esse modelo para reforçar que esta diferenciação, esse

crescimento interior e essa transformação do turista são tanto maiores, quantos mais atributos experienciais forem resgatados e por consequência, quanto mais intensa for a experiência. Por estarmos perante o intangível, trata-se de um processo aberto ao diagnóstico de outros FIET, como veremos adiante. Contudo, estes seis fatores (individualidade, autenticidade, história/estória, percepção multissensorial, contraste e interação) comprovam a intensificação da experiência, sendo que são envolvidos em cinco níveis de mudança que estão organizados segundo uma ordem hierárquica. Na base está o nível motivacional, seguindo-se o físico, o intelectual, o emocional e, no topo, o nível mental, alcançável, na razão direta da capacidade de gestão dos FIET.

Para incorporar o fator individualidade, os gestores de animação turística devem resgatar os atributos que marcam e definem a individualidade, isto é, potenciar os símbolos/ícones que representam um destino, um povo. Os ícones são emblemas dos recursos locais e dão asas à individualidade. Já no que diz respeito ao fator autenticidade, é importante reter que o estatuto desta mesma não se relaciona com o grau de antiguidade, mas sim com o facto de ser comprovada cientificamente na sua genuinidade unicidade e temporalidade concreta, nos termos definidos por Wang (1999) enquanto autenticidade objetiva. Segundo este autor, a autenticidade pode ser compreendida em quatro acessões, nomeadamente, objetiva, construtiva (que se prende com a aceção de autenticidade projetada pelos turistas e/ou pelos profissionais do turismo), pós-moderna (relacionada com os poderes da técnica e do dinheiro, por exemplo para a construção de parques temáticos e a autenticidade existencial que se prende com o domínio intrapessoal de realização turística. Ou seja, é autêntico na medida em que o sente enquanto tal.

Figura 1 - Pirâmide da experiência turística



Fonte: adaptado de Tarssanem e Kylanen, 2005.

Considera-se presentemente que o fator história pode ser compreendido em duas dimensões: a história enquanto ciência social e a estória enquanto *storytelling* de um destino, de uma comunidade. Incorporar este elemento significa contextualizar estas dimensões na experiência, pois tanto a história, como a estória ajudam o turista a contextualizar e a interpretar a sua própria experiência. Relativamente à percepção multissensorial, quanto mais sentidos forem envolvidos, mais intensa será a experiência turística. Contudo, é de salientar que incorporar os cincos sentidos é muito trabalhoso (veja-se por exemplo, o caso do Enoturismo) e apresenta-se como um grande desafio para os gestores de animação turística.

O contraste diz respeito ao facto de os turistas quererem experiências diferentes, contrastantes com a sua rotina quotidiana. O contraste vai atrás da psicologia do turista, conseguindo provocar nele a sensação de pertença na situação que está a viver, por mais opositor ou diferente que seja da sua realidade habitual. Por fim, a interação é muito valorizada pelo turista, sobretudo quando implica a interação com a comunidade local. O envolvimento dos residentes locais, a sua cultura, ambiente, modo de vida e tradições são fatores importantes que atraem turistas para um lugar (Kilipiris, 2005). A interação com as comunidades locais é crucial e deve ser promovida nas suas várias vertentes e dimensões, pois sem ela não há aprendizagem, sendo que a aprendizagem e o desenvolvimento pessoal são uns dos grandes objetivos do turismo, tal como preconizado pela OMT.

Um grande exemplo em Portugal daquilo que deve ser feito ao nível da experiência turística é o Mercado Medieval de Óbidos (MMO), realizado todos os anos no mês de julho, dentro das muralhas do Castelo de Óbidos. Todos os anos é eleito um tema relacionado com a Idade Média, sendo que na edição de 2023 realizou-se em torno da história de duas rainhas portuguesas, a D. Matilde II e a D. Beatriz, ambas casadas com o rei D. Afonso III, de forma benigna, algo considerado escandaloso para o século XIII.

Este evento, de recriação histórica, aproveita e valoriza o património histórico-cultural, tangível e intangível, para proporcionar uma experiência turística capaz de incorporar os FIET. A sua importância acrescida deriva do diagnóstico que aí foi feito de mais um FIET: a incorporação sociocultural (Ribeiro; Dias; Almeida 2021).

Vestir os trajes da época medieval intensificou a experiência dos visitantes do evento que assinalaram a sensação de integração cultural e social no mesmo como uma mais valia experiencial. Os cortejos, os banquetes com gastronomia tradicional da Idade Média, os teatros e deambulações, e a música, são alguns dos aspetos do MMO que contribuem para alcançar os referidos FIET, permitindo que o turista consiga alcançar o nível de mudança emocional e mental da pirâmide, implicando, consequentemente, o seu crescimento intrínseco.

Um outro exemplo a nível nacional é o Palácio Nacional de Queluz (PNQ). Localizado na cidade de Sintra e construído no século XVIII, é um grande exemplar de vários estilos arquitetónicos, como é o caso do barroco, do rococó e do neoclassicismo. O PNQ é aproveitado do ponto de vista do seu património histórico-cultural de forma a proporcionar experiências diferenciadoras aos seus visitantes, colocando a animação turística ao serviço da história e da cultura. Atualmente, é possível conhecer o Palácio nas suas várias dimensões, sendo uma delas a história deste através de encenações (Parques de Sintra, 2023), que incentivam os participantes a escolher entre dois símbolos relacionados com a História do PNQ, sendo que cada símbolo escolhido determina o rumo da visita. De acordo com a informação institucional disponível, noutras visitas, os turistas são convidados a conhecer todo o mundo mitológico ligado ao Palácio, não só pelas suas salas, como também pelos seus jardins históricos.

O Palácio Nacional de Queluz é um exemplo daquilo que é a valorização e apropriação do património cultural para fins de animação turística, aproveitando os recursos

identitários materiais e imateriais para garantir experiências diferenciadoras. Quando se olha para a pirâmide da experiência turística (Tarssanen; Kylänen (2005), facilmente conseguimos resgatar vários dos fatores referidos como o de história/estória, contraste, e percepção multissensorial e identificá-los nas atividades realizadas no PNQ.

3.1 O Caso de Santarém

De acordo com as informações institucionais da Câmara Municipal (2024), Santarém, cidade antiga, possui uma localização geográfica privilegiada, situando-se na província do Ribatejo, na Região do Alentejo (NUTS II) e na sub-região da Lezíria do Tejo (NUTS III). Este concelho está limitado a Leste pela margem direita do Tejo e a Norte pelo Maciço Calcário Estremenho de Porto de Mós. Para a autarquia, esta cidade é considerada "Rainha do Ribatejo", por ter um vasto património cultural, diversos monumentos de diferentes épocas históricas, para além de uma paisagem diferenciada, destacando-se as Portas do Sol, que é considerada uma "autêntica varanda sobre o Tejo", as muralhas, as ruas e os monumentos que constituem memórias da cidade. Além dos fatores referidos acima, ainda conta com um clima ameno, o que tornou esta cidade procurada por pré-romanos, bárbaros, mouros, cristãos e árabes. Desta forma, pode observar-se uma ligação entre a Natureza e a construção humana.

Figura 2 - Localização do Distrito de Santarém em Portugal



Fonte: produção própria, 2024

Quanto à atividade económica e segundo a edilidade, podemos realçar que o setor que se distingue é a agricultura, responsável por uma grande taxa de empregabilidade neste concelho, sendo que este setor corresponde a 4,3% do valor acrescentado bruto das empresas. Santarém recebe também a Feira Nacional da Agricultura, realçando assim a importância deste setor económico. Segundo a Câmara Municipal, no concelho de Santarém, que apresenta um total de 6785 empresas, as empresas do setor primário representam 8,5% do total. Já as empresas do setor secundário, prossegue a mesma informação, representam 12,9%, destacando-se, sobretudo, o setor das indústrias transformadoras como o mais representativo. O setor terciário representa 78,6% das empresas do município, sendo o setor do comércio por grosso e a retalho o mais significativo (24,7%).

Ainda de acordo com a Câmara Municipal, para além do património já referido anteriormente, é importante realçar outros monumentos que constituem uma parte importante da oferta turística da cidade, como por exemplo, o Museu Diocesano de Santarém, a Fonte das Figueiras, o Convento de São Francisco, a Igreja de Nossa Senhora da Graça, a Casa do Brasil, a Capela Dourada, entre outros elementos. Todos estes monumentos referidos encontram-se abertos ao público e todos eles estão classificados como Monumento Nacional, com exceção da Casa do Brasil, igualmente conhecida como Casa Pedro Álvares Cabral que, mesmo assim, encontra-se incluída na Zona Especial de Proteção da Igreja de Nossa Senhora da Graça. Os monumentos, atualmente, estão sob a gestão ou da Câmara Municipal de Santarém, da Santa Casa da Misericórdia ou da Diocese, havendo casos em que existe mais de uma entidade gestora. É de salientar que alguns destes patrimónios constituem-se como lugares importantes nas peregrinações, como é o caso da Igreja da Graça e, especialmente, do antigo Colégio dos Jesuítas onde está instalado o Museu Diocesano, uma vez que que está integrado num conjunto de rotas como o Caminho de Santiago, de Fátima e do Santíssimo Milagre.

A edilidade assume que um outro traço identitário da cidade de Santarém, e da região do Ribatejo no geral, e que constitui uma parte importante da sua oferta turística, é a sua gastronomia tradicional. A cozinha tradicional escalabitana conta com uma variedade de produtos, com destaque, sobretudo, para o azeite, os vinhos, os peixes do Rio Tejo e, ainda, os

doces conventuais. Todos os anos, a cidade de Santarém é palco do anual Festival Nacional de Gastronomia, um dos mais conceituados eventos portugueses de gastronomia.

No que diz respeito às atividades de animação turística, a cidade de Santarém apresenta algumas ofertas de atividades ao ar livre, de turismo de natureza, e culturais. Alguns exemplos das experiências que se podem realizar ao ar livre são caminhadas e atividades pedestres, passeios de mota, de canoa, de barco e de avião, *paintball*, entre outras. Em termos de atividades de turismo de natureza que estão disponíveis, existem passeios e atividades em bicicleta, natação em águas bravas, e escalada em paredes naturais e artificiais. Por fim, no que diz respeito às atividades culturais, existem rotas temáticas e percursos de descoberta do património, circuitos turísticos, visitas guiadas, Enoturismo e gastronomia, *workshops* de artesanato, turismo equestre, percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos, entre outros.

Como referido anteriormente, a Animação Turística, não é apenas uma ferramenta de entretenimento, é também um instrumento de desenvolvimento pessoal, apresentando uma vocação emancipatória que transcende a mera busca por lazer. Esta componente emancipadora pode ser associada à teoria do objeto transicional proposta por Donald Winnicott (1971) que sugere que no desenvolvimento infantil, a transição do bebé de um estado de fusão com a mãe para uma relação mais externa e separada envolve a emergência de objetos transicionais. Tais objetos, como um urso de peluche, a ponta de um cobertor, uma palavra ou uma melodia, tornam-se vitais para o bebé, fazendo-o sentir-se seguro, feliz, e predisposto a evoluir para um novo patamar de desenvolvimento (Winnicott, 1971). Neste sentido, se nos colocarmos no lugar do bebé, compreendemos que cada um de nós tem algo que desempenha um papel crucial no nosso crescimento interior e na adaptação ao meio em que estamos inseridos. A Escolástica do Turismo tem vindo assumir que, tal como a criança, o Turista resgata a experiência turística como objeto transicional que proporciona a sua evolução interior.

Ao adotarmos essa perspetiva da animação turística como objeto transicional, transformamos a nossa visão da experiência turística, e passamos a compreendê-la como um meio para a aprendizagem e para o desenvolvimento pessoal. Contudo, é importante ter em conta que este desenvolvimento pessoal está intrinsecamente ligado com a memorabilidade da experiência turística e com a capacidade da mesma tocar no âmago do turista. De acordo com

Kotler (1998), uma experiência será sempre mais memorável quanto maior intensidade emocional despertar no indivíduo, e é por isso que os FIET são fundamentais.

Sabendo da indispensabilidade desses fatores para a criação de experiências turísticas envolventes, incorporámo-los conscientemente no projeto de animação turística que idealizámos para Santarém. Nesta proposta procurou-se oferecer aos turistas a oportunidade de explorar diversos monumentos da cidade, através de uma experiência única que lhes permita obter uma maior compreensão da história e da cultura locais. Para concretizar este objetivo os turistas podem escolher um dos vários monumentos da cidade, onde terão a oportunidade de assistir a uma representação teatral, que narra a história por detrás do monumento escolhido. Nessa performance os turistas não serão apenas espectadores, uma vez que os atores podem interagir diretamente com o público, envolvendo-os na história, e até mesmo incorporando-os como personagens secundárias em determinados momentos. Após o teatro, os participantes são convidados a desfrutar de um almoço ou jantar com pratos da gastronomia regional. Além disso, o ambiente onde as refeições são servidas é decorado para retratar a época em que o monumento visitado se insere.

A junção do teatro e da gastronomia em simultâneo para fins de Animação Turística assenta, sobretudo, numa perspetiva sensorial, aproveitando estes dois aspetos culturais como forma de despertar no turista o maior estímulo sensorial possível, elevando e intensificando, consequentemente, a sua experiência turística. É comummente aceite que a gastronomia envolve uma percepção multissensorial muito para além do paladar sendo que também o teatro envolve vários sentidos do espectador, estimulando pensamentos, sentimentos e sensações (Viana; Zaidan, 2012). Segundo estes autores, teatro e gastronomia podem complementar-se estimulando a criatividade dos participantes.

Torna-se, portanto, claro e inequívoco que a combinação de estas duas atividades resultaria num culminar de uma experiência turística intensificada, permitindo ao turista estar mais perto de alcançar a autenticidade existencial na perspetiva de Wang (1999).

Ao analisarmos atentamente a presente proposta constatamos a presença integral de todos os elementos que intensificam a experiência turística. A interação com as comunidades locais está presente, uma vez que as refeições são realizadas em colaboração com restaurantes locais, promovendo a interação dos turistas com a comunidade e apoiando a economia local.

Já a percepção multissensorial é evidente, pois toda a experiência envolve diversos sentidos do turista através da gastronomia e da representação teatral. A presença de estória e/ou história também está incorporada no projeto, já que os turistas, ao acompanharem o teatro, acabam por assistir à história por trás de cada monumento, permitindo-lhes conectar-se de forma mais profunda com o passado da cidade.

A individualidade pode ser verificada no facto de as atividades serem realizadas em locais históricos, emblemáticos e icónicos de Santarém. Adicionalmente, o projeto proposto procura também envolver os turistas de modo a "transportá-los" para outra época, promovendo assim uma sensação de oposição em relação à sua rotina diária, evidenciando o fator do contraste. Por último, a autenticidade está presente no facto de o projeto enfatizar a história, a cultura e a gastronomia local, proporcionando aos visitantes uma visão genuína de Santarém.

4 Resultados do Inquérito

No âmbito dos recursos identitários de Santarém, obtiveram-se 142 respostas sobre os símbolos locais mais significativos, com as "Portas do Sol" a destacarem-se de forma clara de todos os outros recursos, registrando o topo da preferência de 98 inquiridos. O Convento de São Francisco surge em segundo lugar com metade das preferências das "Portas do Sol", tidas como o "Ícone" local.

Um dos objetivos iniciais do presente trabalho era equacionar uma sintonia entre ícones locais e atividades culturais reconhecidamente significativas para o envolvimento comunitário e para a imagem turística de Santarém. A Gastronomia e o Teatro têm sido apostas regulares do município de Santarém com eventos que são mesmo referências nacionais, como é o caso do Festival de Gastronomia de Santarém, as atividades regulares do Teatro Sá da Bandeira, bem como apostas de formação em Teatro. O Festival de Gastronomia de Santarém foi fundado em 1980 e é considerado o mais antigo de Portugal. Este evento é caracterizado por apresentar uma série de atividades culturais paralelas, que incluem danças e músicas tradicionais, artesanato e representações diversas.

Sendo a comunidade um elemento fundamental para a transmissão da autenticidade local, importava apurar a importância atribuída à Gastronomia e ao Teatro, atividades comummente aceites em Santarém como uma tónica cultural regular nas últimas décadas. 40% dos inquiridos referiram ter muito interesse e 47% assumiram ter interesse, o que atesta uma tendência clara de envolvimento. 10% das respostas assumiram desconhecimento sobre o assunto e apenas 3% referiram que não tem interesse.

No que concerne à importância atribuída ao envolvimento da comunidade local nestas atividades 53% por cento dos inquiridos respondeu ser "muito importante" e 41% referiu ser "importante". Apenas 6% responderam que "não tem importância".

Perante a possibilidade de participação efetiva em atividades de animação turística relacionadas com estas mais valias culturais, 59% dos inquiridos assumiram-se como "motivados" para participar e 20% como "muito motivados" para esta participação, presumindo-se assim uma predisposição coletiva de receptividade à participação. 15% assumiu "não saber" e 6% referiu não ter interesse nessa participação.

4 Análise e Discussão de Resultados

A realização deste inquérito, na perspetiva da procura turística, contribui para confirmar as nossas suposições quanto à viabilidade e atratividade do aproveitamento dos monumentos histórico-culturais de Santarém para fins de animação turística, uma vez que os resultados obtidos foram elucidativos nessa perspetiva. As Portas do Sol, é o monumento que suscita uma maior apropriação da comunidade local. Foram colocadas 7 perguntas no âmbito da procura turística de modo a perceber o grau de interesse, de motivação e de importância atribuída a este presente projeto.

Os entrevistados foram questionados sobre o interesse em participar numa atividade de animação turística num monumento de Santarém. Foi usada uma *Escala de Likert* de 5 níveis, oscilando entre "Muito Interesse" até "Detestaria". No gráfico 1 podemos ver a distribuição das respostas pelos 142 inquiridos, sendo de destacar o fato de haver um total de 108 respostas favoráveis, respetivamente, com muito interesse, 43 respostas e interesse com 65 respostas. 26 inquiridos assumiram não saber se estariam interessados, 7 referem que não teriam interesse e um assumiu que detestaria.

Estas respostas ilustram a apetência para a participação em projetos de animação, colocando a comunidade como protagonista de um processo emancipador. Estas constatações estão alinhadas com Almeida e Pinto (2017), segundo os quais, estamos perante um dos grandes desafios do destino turístico que deve assumir uma consciência sistêmica no âmbito do potencial do seu patrimônio e da sua comunidade, tentando proporcionar uma experiência autêntica e emancipadora.

Quando confrontados com uma lista de monumentos históricos que poderiam servir de palco para estas experiências, verificou-se que aquele que suscita maior interesse pelos inquiridos é, indiscutivelmente, as Portas do Sol (70%). O Convento de São Francisco surge em segundo lugar com quase metade das preferências. A Capela Dourada e a Fonte das Figueiras são outros monumentos referidos. Com a possibilidade de indicar outro monumento que não estivesse presente no inquérito, foi mencionado ainda o Teatro Rosa Damasceno e o Museu Diocesano. Das respostas obtidas, conclui-se que existe uma diversificação quanto ao tipo de monumentos eleitos, havendo tanto um cariz religioso, como histórico e até artístico.

O destaque das Portas do Sol pode ser atribuído a diversos fatores que tornam este monumento num ponto de referência incontestável na cidade de Santarém. A sua posição estratégica no topo de uma colina oferece uma vista panorâmica deslumbrante sobre o rio Tejo e a paisagem circundante da lezíria. Além disso, o monumento é rico em história, tendo sido palco de alguns eventos importantes, como por exemplo a conquista da cidade. Embora os restantes monumentos em Santarém também possuam uma rica história, muitos estão predominantemente associados a aspectos religiosos. Isto não acontece com as Portas do Sol, o que poderá ser um fator diferenciador. Neste sentido, poderá ser discutido que este monumento reflete aquilo que é uma grande parte da identidade dos escalabitanos, ou seja, é um património cultural material onde a comunidade local se revê coletivamente, contribuindo, consequentemente, para a sua autoestima coletiva. Adicionalmente, as Portas do Sol têm como vantagem a versatilidade, pois combinam a presença de história com espaços de recreio e lazer, proporcionando aos visitantes uma experiência enriquecedora e multifacetada.

Figura 3 - Portas do Sol, Santarém



Fonte: Carriço, 2011.

Quanto à incorporação dos Fatores Intensificadores da Experiência Turística (FIET), consideramos que poderão de alguma forma, ser associados às Portas do Sol.

A percepção multissensorial é evidente uma vez que, ao visitar as Portas do Sol, os turistas são estimulados sensorialmente por diversos elementos, como a vista panorâmica, os sons da cidade e do rio, e até mesmo da natureza. Já o fator do contraste está relacionado com o facto dos turistas poderem ser transportados para um ambiente que contrasta com a sua rotina diária, numa sensação de tranquilidade e paz proporcionados pela natureza.

A atmosfera histórica, proporcionada pelas ruínas das muralhas e do castelo, e a vista panorâmica sobre a Lezíria do Tejo proporcionam uma experiência que contrasta com o quotidiano urbano. Além disso, as Portas do Sol proporcionam aos turistas momentos de reflexão histórica com base nos vários episódios históricos que lá se sucederam, sendo o mais notável a conquista da cidade. Deste modo é notável a presença de história/estória neste monumento que ajuda aqueles que visitam a interpretar e a contextualizar a sua própria experiência.

No que diz respeito ao fator da individualidade, as Portas do Sol são consideradas, pela comunidade local, como o grande ícone da cidade de Santarém, isto é, o monumento que melhor representa não só o destino em causa, como também o seu povo. Neste sentido, é um

monumento único quando comparado aos restantes pelo facto de ser eleito como o maior recurso identitário. Adicionalmente, está também presente o fator interação, visto que as Portas do Sol apresentam um espaço verde bastante vasto, o que permite a realização da ideia anteriormente abordada de realizar refeições temáticas providenciadas por restaurantes locais, assegurando, assim, contactos entre os visitantes e a comunidade.

Relativamente às atividades em si que seriam realizadas neste projeto, 41% dos inquiridos apresentam "Muito Interesse" e 48% "Interesse" à representação teatral dos monumentos e das suas respectivas épocas, e às refeições temáticas que valorizam a gastronomia local. Já no que diz respeito à importância do envolvimento da comunidade local nestas atividades, observou-se que 50% dos inquiridos acham "Muito Importante", e 44% "Importante", ou seja, a esmagadora maioria da amostra reconhece à comunidade o papel determinante que esta desempenha na contribuição para experiência turística.

Quanto à questão do nível de motivação para participar em atividades de animação turística relacionadas com o turismo cultural, das 142 respostas obtidas, a maioria dos inquiridos referiu que era importante (55%). No entanto, também é importante realçar que 9% dos inquiridos responderam "Não Sei" e apenas 6% responderam "Sem Importância" quanto à realização das mesmas. Desta forma, os respondentes demonstram uma grande motivação para participar em atividades de animação turística, bem como um grande nível de motivação na procura pelo Turismo Cultural.

Com a pergunta "Acha que esta atividade atrairia mais turistas para Santarém?", verifica-se que a grande maioria dos inquiridos (85%) considera que Santarém iria beneficiar de um aumento de turistas/visitantes com a realização do presente projeto. De facto, os resultados desta questão confirmam a crença de que para além da apropriação turística dos monumentos da cidade ser vantajosa para o turista, é também benéfica para a comunidade local, atraindo um maior número de turistas, o que poderá provocar efeitos positivos a nível, sobretudo, económico.

Por fim, de acordo com a pergunta "Acha que o património cultural de Portugal poderia ser mais vezes utilizado para fins de animação turística?", observa-se que apenas 4 dos 142 dos inquiridos referiu que "Talvez" se pudesse usar mais o património cultural para fins de animação turística, sendo que nenhum inquirido respondeu que não. Assim, verifica-se que os respondentes consideram que o património cultural é poucas vezes usado para

atividades de animação turística e que, desta forma, este poderia ser mais vezes aproveitado para estes fins.

Na amostra de 142 inquiridos, observou-se que a esmagadora maioria (99%) detinha nacionalidade portuguesa. Uma parcela menor, equivalente a 1% possuía nacionalidade moçambicana. Ao analisarmos as respostas relativas ao concelho de residência, conseguimos concluir que existe uma grande diversidade geográfica presente na amostra, que engloba diversos concelhos de norte a sul do país. Entre as localidades mencionadas pelos inquiridos destacam-se algumas tão variadas como Ponta Delgada, Loulé, Vimioso, Coimbra, Porto Moniz, Setúbal, entre outras.

Contudo, é importante assinalar que, dos 142 inquiridos, 72 residem no distrito de Santarém. Dentro desse grupo, 50 participantes indicaram residir na cidade de Santarém, enquanto os restantes 22 têm como concelho de residência outras localidades nos arredores. Outros distritos que se sobressaem nesta análise são Leiria e Lisboa. Ambos apresentam uma contribuição significativa para a amostra, com 18 e 24 respostas (respetivamente) de inquiridos a viverem em concelhos situados nesses distritos.

Quanto à faixa etária, observou-se que a maioria dos respondentes (54%) estavam inseridos na faixa etária dos 18 aos 29 anos. Outro grupo relevante na amostra compreendeu os participantes com idades entre 50 e 64 anos, representando 24% das respostas. É ainda de destacar que nenhum inquirido tinha menos de 18 anos. Relativamente ao género, a amostra conta com 101 pessoas do sexo feminino e 41 pessoas do sexo masculino.

Dos 142 inquiridos, 67 pessoas apresentaram como nível de escolaridade o ensino secundário e mais 67 apresentaram a licenciatura. No que diz respeito ao ensino básico e ao mestrado, tanto um como outro foram apontados por 3 pessoas. Apenas duas pessoas detêm doutoramento. Quanto às profissões, verificou-se que uma grande parte dos respondentes são estudantes (57 pessoas), seguido por reformados (15 pessoas). Destacam-se outras profissões como engenheiros, professores, oficiais de justiça, recepcionistas, entre outras.

Em suma, a maioria dos inquiridos são de nacionalidade portuguesa, do sexo feminino, residem predominantemente em concelhos pertencentes aos distritos de Leiria, Lisboa e, principalmente, Santarém, abrangendo as faixas etárias dos 18 aos 29 anos e dos 50 aos 64 anos. Para além disso, a amostra é caracterizada por inquiridos que, na sua maioria,

apresentam habilitações literárias equivalentes ou superiores ao ensino secundário, havendo uma diversificação quanto às profissões exercidas.

Com a realização deste inquérito, é possível concluir que o aproveitamento turístico dos monumentos em Santarém é uma proposta apelativa tanto para a cidade em si enquanto destino, e para sua comunidade, como também para os possíveis turistas. Percebemos que existe efetivamente interesse em atividades teatrais e gastronómicas que consigam incorporar vários elementos culturais, como também quais os monumentos de Santarém que são de maior interesse. Para além disso, observamos que o património é uma componente cultural claramente valorizada pelos inquiridos, podendo estar no epicentro de uma experiência memorável, autêntica e diferenciadora.

5 Conclusão

Com o presente artigo, percebemos que existe interesse comunitário no aproveitamento do património cultural de Santarém para fins de Animação Turística, registando-se uma propensão operacional para a incorporação de atividades como o teatro e de valorização da gastronomia, em torno dos recursos passíveis de apropriação simbólica.

Esta constatação perspetiva desafios locais de gestão turística pois estará em causa a possibilidade de incorporar Fatores Intensificadores da Experiência Turística a esses recursos, tais como a Autenticidade Objetiva (Wang, 1999), a Interação e a Incorporação Sociocultural, a Perceção Multissensorial, a Individualidade relativa aos Ícones locais, a Interação, a História e o próprio Contraste que um envolvimento comunitário pode proporcionar aos visitantes.

Os três monumentos mais propícios a um desejado envolvimento comunitário são as Portas do Sol e o Convento de São Francisco, sendo de destacar a motivação local para a participação em atividades de animação turística e a convicção generalizada que isso seria benéfico para Santarém enquanto fator de atratividade turística.

Este trabalho focou-se nas percepções e aspirações comunitárias e suscita pistas de investigação futuras para apurar mecanismos institucionais de envolvimento social, visando um maior aproveitamento do património cultural para fins de animação turística. Colmatar-se-á assim uma fragilidade no presente artigo, auscultando entidades locais como

responsáveis autárquicos e demais forças vivas no âmbito de uma organização sistémica do destino que corresponda aos anseios comunitários neste domínio.

O facto da grande maioria da comunidade local eleger as Portas do Sol como o principal monumento para a realização de um projeto de Animação Turística na cidade de Santarém deve-se ao facto de este ser o monumento icónico local o que é corroborado pelo facto de muitos respondentes não residentes de Santarém terem igualmente escolhido as Portas do Sol como monumento principal e consequentemente mais emblemático.

Para finalizar, embora os inquiridos tenham demonstrado interesse na realização de atividades de Animação Turística nos monumentos de Santarém, seria oportuno investigar futuramente o porquê de alguns não terem esse mesmo interesse, averiguando se isso decorre de uma falta de interesse em atividades de Animação Turística no geral, ou de um desinteresse específico em relação ao destino de Santarém. Seria igualmente interessante apurar se os turistas teriam vontade de participar em outras atividades de Animação Turística realizadas no património cultural que se diferenciassem das tendências presentemente expostas, isto é, atividades que não incluíssem nem representações teatrais, nem a gastronomia regional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, ASA. Decomposição identitária e intensificação da experiência turística – entre a emancipação local e a integração internacional. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, v. 5, n. 2, p. 409-425, 2018. Disponível em: **https://doi.org/10.21814/rlec.359**. Acesso em 10/04/2026.

ALMEIDA, ASA; PINTO, Roque. Religiosity and tourism: the primacy of experience. **Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Cienc. Hum**., v.12, n.2, may./aug., 2017. Disponível em https://doi.org/10.1590/1981.81222017000200019. Acesso em 10/04/2026.

ALMEIDA, Paulo; ALMEIDA, ASA. **Introdução à Gestão de Animação Turística**. 2ª Edição. Lisboa: Lidel, 2017.

BUCHO, Domingos. **Património, Animação e Turismo**. 2010. Monografia – Instituto Politécnico de Portalegre, Portalegre, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/70273601/PATRIM%C3%93NIO_ANIMA%C3%87%C3%83O_E_TURISMO. Acesso em: 10/04/2026.

CAIADO, Luís. **A importância da Gastronomia na experiência turística: O caso do Algarve**. 2015. Tese (Mestrado em Turismo) – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Faro, 2015. Disponível em:

https://sapientia.ualg.pt/entities/publication/3297204a-892e-4bfb-a8c5-537d24e51274. Acesso em: 10/04/2026.

CENTRO NACIONAL DE CULTURA. **E-Cultura**. Centro Histórico de Santarém. 2024 Disponível em: https://www.e-cultura.pt/patrimonio_item/10352. Acesso em 28/02/2024.

CHAVES, António; MESALLES, Luís. **El Animador**. Barcelona: Laertes, 2001.

CM SANTARÉM. **Município de Santarém**. Caracterização do Concelho – Caracterização Ambiental. 2024. Disponível em: https://www.cm-santarem.pt/o-municipio/caraterizacao-santarem. Acesso em 28/02/2024.

CM SANTARÉM. **Município de Santarém**. Caracterização do Concelho – Território. 2024 Disponível em: https://www.cm-santarem.pt/o-municipio/caraterizacao-santarem/territorio-santarem. Acesso em 28/02/2024.

COELHO, Mariana F.; GOSLING, Marlusa S.; ALMEIDA, ASA. Tourism experiences: Core processes of memorable trips. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 37, p. 11-22, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.08.004. Acesso em: 10/04/2026.

COSTA, Sílvia M. M. **A Animação Turística como instrumento de valorização do turismo cultural e criativo no Alentejo Litoral**. 2021. Tese (Mestrado em Turismo) – Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Faro, 2021. Disponível em: https://www.google.com/search?q=A+Anima%C3%A7%C3%A3o+Tur%C3%ADstica+como+instrumento+de+valoriza%C3%A7%C3%A3o+do+turismo+cultural+e+criativo+no+Alentejo+Litoral.&oq=A+Anima%C3%A7%C3%A3o+Tur%C3%ADstica+como+instrumento+de+valoriza%C3%A7%C3%A3o+do+turismo+cultural+e+criativo+no+Alentejo+Litoral.&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDExNDlqMGo3qAIIsAIB8QUZ-JWCdPvQAfEFGfiVgnT70AE&sourceid=chrome&ie=UTF-8. Acesso em: 10/04/2026.

DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL. **Monumentos**. Inventário do Património de Santarém. 2016.Disponível em: http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPASearch.aspx?id=0c69a68c-2a18-4788-9300-11ff2619a4d2. Acesso em 28/02/2024.

FERREIRA, Maria J. **Projeto de um Plano de Marketing de Turismo Científico para a Universidade do Porto**. 2015. Tese (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto, 2015. Disponível em: https://hdl.handle.net/10216/81519. Acesso em: 10/04/2026.

GUERREIRO, J. André. **A questão da autenticidade – do objetivismo à fenomenologia do turismo.** Portugal, território de territórios – Atas do IX Congresso Português de Sociologia, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/305279908_A_questao_da_autenticidade_-_do_objetivismo_a_fenomenologia_do_turismo Acesso em: 10/04/2026.

ISLA SANTARÉM. **Estudante Internacional**. Descobrir Santarém. 2024. Disponível em: https://www.islasantarem.pt/pt/outras-informacoes/chegada-a-portugal-santarem. Acesso em 28/02/2024.

ISMAGILOVA, Gulnara; SAFIULLIN, Lenar; GAFUROV, Ilshat. Using historical heritage as a factor in tourism development. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 188, p. 157-162, 2015. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815021485. Acesso em: 10/04/2026.

KILIPIRIS, Fotis. Sustainable Tourism Development and Local Community Involvement. **Tourism and Hospitality Management**, Vol. 11, No. 2, pp. 27-39, 2005. Disponível em https://hrcak.srce.hr/181296. Acesso em 18/07/2026.

MACHADO, Maria H. **Animação, Cultura e Património – Um projeto de intervenção para residências séniores**. 2015. Tese (Mestrado em Gerontologia Social) – Instituto Superior de Serviço Social do Porto, Porto, 2015. Disponível em: http://hdl.handle.net/10400.26/13312. Acesso em: 10/04/2026.

MUNICÍPIO DE ÓBIDOS. **Mercado Medieval de Óbidos**. Mercado Medieval de Óbidos. 2024. Disponível em: https://mercadomedievalobidos.pt/. Acesso em 28/02/2024.

OSÓRIO, António; MEIRINHOS, Manuel. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. **Revista EduSer,** v. 2, n. 2, p. 52, 2019. Disponível em: https://www.eduser.ipb.pt/index.php/eduser/article/view/24. Acesso em: 10/04/2026.

PARQUES DE SINTRA – MONTE DA LUA. **Parques e Monumentos**. Palácio Nacional e Jardins de Queluz – Sintra. 2023 Disponível em: https://www.parquesdesintra.pt/pt/parques-monumentos/palacio-nacional-e-jardins-de-queluz/ . Acesso em 28/02/2024.

RIBEIRO, Ricardo J.; DIAS, Francisco T.; ALMEIDA, ASA. Fatores Intensificadores da Experiência Turística: O Caso do Mercado Medieval de Óbidos, Portugal. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais,** n. 53, p. 35-54, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.59072/rper.vi53.182. Acesso em: 10/04/2026.

RICHARDS, Greg. Cultural Tourism and Leisure Studies. **Routledge Handbook of Leisure Studies**, 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/3348330/Cultural_Tourism_and_Leisure_Studies. Acesso em: 10/04/2026.

TARSSANEN, Sanna.; KYLÄNEN, Mika. **A Theoretical Model for Producing Experiences - A Touristic Perspective.** Articles on Experiences – Rovaniemi: Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry, 2005. Disponível em https://scholar.google.co.th/citations?view_op=view_citation&hl=th&user=-2Ii2joAAAAJ&citation_for_view=-2Ii2joAAAAJ:YsMSGLbcyi4C. Acesso em: 10/04/2026.

TORRES, Zilah B. **Animação Turística**. 3ª Edição. São Paulo: Roca, 2004.

TURISMO DE PORTUGA. Santarém. 2026. Disponível em: https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/estrategia-turismo-2035/Paginas/default.aspx Acesso em 10/04/2026

UNWTO. UN Tourism. **Tourism and Culture**. 2024. Disponível em: https://www.unwto.org/tourism-and-culture. Acesso em 28/02/2024.

WANG, Ning. Rethinking authenticity in tourism experience. **Annals of Tourism Research**, 1999. Disponível em: https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0. Acesso em: 10/04/2026

WINNICOTT, Donald W. **O brincar e a realidade**. Rio de Janeiro: Imago, 1971.

ZAIDAN, Fernanda; VIANA, Raimundo. Banquete "Romeu e Julieta": uma experiência estesiológica com teatro e gastronomia. **Ensino em Foco,** n. 3. 2019. Disponível em: https://doi.org/10.55847/ef.v2i3.558. Acesso em 18/072026.